

<<基层营销主管实战手册>>

图书基本信息

书名：<<基层营销主管实战手册>>

13位ISBN编号：9787801479426

10位ISBN编号：7801479424

出版时间：2003-11

出版时间：企业管理出版社

作者：金焕民

页数：363

字数：240000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<基层营销主管实战手册>>

前言

营销做到一定程度就是个管理问题。

短期内，企业营销可以取得突破性进展，但管理却没有这么简单。

大部分企业发现，尽管营销人员依然十分欠缺，但企业最缺乏的已经不是营销人员而是各类管理人员。

企业解决管理问题主要面临两个方面的难点：第一，管理水平、管理制度和管理风格既像法制和民主，也像企业资本与核心竞争力，它是长期积累和完善的结果，不可能一蹴而就。

任何急功近利和救急的做法都会造成更加麻烦的后果。

第二，与业务人员相比，管理人员的成长要求更高，过程更复杂，受制因素更多。

比如，对业务人员主要是要求能力问题，而对管理人员不仅对能力有更高的要求，同时还要求有更高的思想境界、更强烈的发展愿望。

销售经理大多是从优秀的业务员演变而来的，但优秀业务员却不一定都能成为成功的销售经理，只有那些喜欢管理工作、平时对自己工作和发展有明确规划、自律性强、善于沟通、关心团队和团队成员，并且具有表率作用的优秀业务员才有可能成为成功的销售经理。

抓企业管理工作必须选择一个可行的起点。

我曾经撰文提出，规模较大的企业解决管理问题应该从五个方面入手：企业文化塑造、人力资源建设、管理技能培训、战略规划和报酬体系设计。

而对于一搬企业，我认为最可行的起点是：从加强基层管理团队建设入手。

<<基层营销主管实战手册>>

内容概要

本书分为五个部分：基层营销主管角色，解决对基层营销主管角色的理解问题；基层营销主管管理知识和技能，是工作中“不可或缺”的部分；基层营销主管的自我管理，是进行管理工作的起点；基层营销主管的目标管理，是实战性较强的管理方法；基层营销主管的营销管理，理顺复杂的营销管理体系。

<<基层营销主管实战手册>>

作者简介

金焕民：《销售与市场》杂志高级研究员、郑州轻工业学院经济与管理学院副教授。
出版《基层营销主管实战手册》、《销量为王》、《营销创新》、《老板总是最后知道坏消息》、《解读本土标杆企业》等著作，发表文章100多篇。

<<基层营销主管实战手册>>

书籍目录

基层营销主管誓言

关注基层营销主管

自序

第一部分 基层营销主管角色

第一章 基层营销主管在管理中的角色

第二章 从更多的视角认识基层营销主管

第二部分 基层营销主管管理知识和技能

第三章 妥善处理工作环境

第四章 基层营销主管与管理过程

第五章 制定计划与贯彻政策

第六章 对人员和业务过程进行控制

第七章 管理信息与处理问题

第八章 组织一个有效的部门

第九章 招聘工作

第十章 评估员工的业绩

第十一章 培训员工

第十二章 激励员工

第十三章 领导艺术和科学

第十四章 和员工进行有效地沟通

第十五章 化牢骚和冲突为合作

第十六章 纪律惩戒的方式与时机

第三部分 自我管理

第十七章 认识职场

第十八章 用大脑工作

第十九章 充分了解自己的职责

第二十章 如何有效地推进工作

第二十一章 企业内部的人际关系

第二十二章 如何做简报

第二十三章 如何进行情报管理

第二十四章 如何管理时间

第四部分 目标管理

第二十五章 什么是目标管理

第二十六章 如何得到一个好目标

第二十七章 与上司一起制定目标

第二十八章 与下属制定目标

第二十九章 从目标到计划

第三十章 工作追踪

第五部分 营销管理

第三十一章 部门目标的策划与制定

第三十二章 区域销售组织的建立

第三十三章 区域经理

第三十四章 客户管理

第三十五章 销售活动的管理

第三十六章 培养你的部下

<<基层营销主管实战手册>>

章节摘录

<<基层营销主管实战手册>>

媒体关注与评论

媒体推荐基层营销主管的实战工具和培训教材！

<<基层营销主管实战手册>>

编辑推荐

《基层营销主管实战手册》由企业管理出版社出版。

<<基层营销主管实战手册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>